

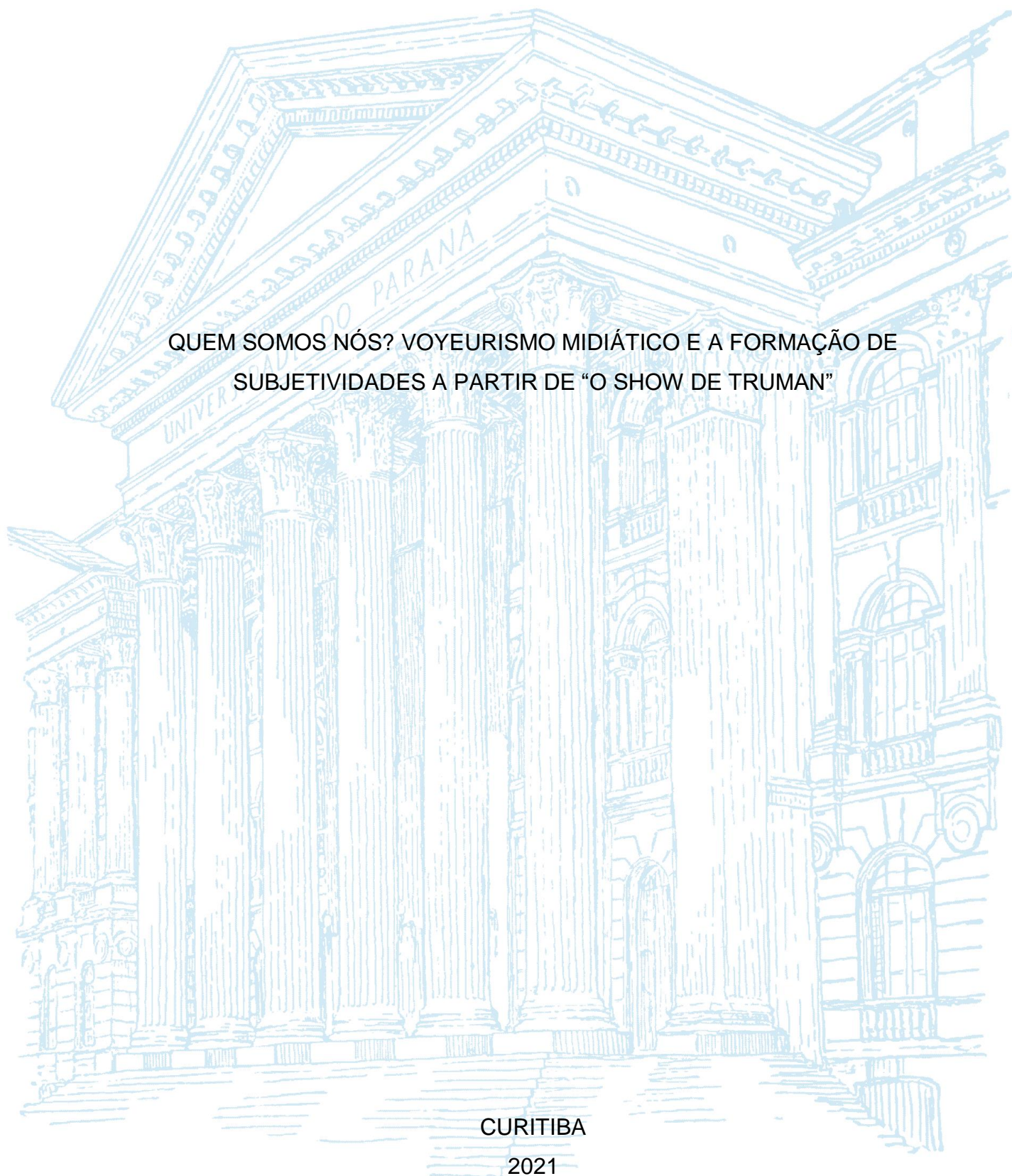
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

LUISA CHRISTOFFEL

QUEM SOMOS NÓS? VOYEURISMO MIDIÁTICO E A FORMAÇÃO DE  
SUBJETIVIDADES A PARTIR DE “O SHOW DE TRUMAN”

CURITIBA

2021





**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ**  
**SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**AValiação DA APRESENTAÇÃO ORAL DO  
 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO II**

**ALUNOS (AS):** LUISA CHRISTOFFEL  
**TÍTULO:** QUEM SOMOS NÓS? VOYEURISMO MUDIÁTICO E A  
 FORMAÇÃO DE SUBJETIVIDADES A PARTIR DE "O SHOW DE  
 TRUMAN"

**DATA DA APRESENTAÇÃO ORAL E DEFESA:** 26/03/2020, às  
 11h00, por videoconferência.

| <b>BANCA EXAMINADORA – PROFESSORES</b>  | <b>NOTA</b> |
|---|-------------|
| HERTEZ WENDEL DE CAMARGO (orientador)   | 95          |
| JOSÉ CARLOS FERNANDES                   | 100         |
| JANICLEI APARECIDA MENDONÇA (convidada) | 90          |
| <b>MÉDIA FINAL:</b>                     | <b>95</b>   |

Curitiba, 26 de março de 2021.

Assinatura: \_\_\_\_\_

Prof. Dr. Hertz Wendel de Camargo  
*Orientador*

## QUEM SOMOS NÓS? VOYEURISMO MIDIÁTICO E A FORMAÇÃO DE SUBJETIVIDADES A PARTIR DE “O SHOW DE TRUMAN”<sup>1</sup>

Luisa Christoffel<sup>2</sup>

**Resumo:** A onipresença dos espaços midiáticos impulsionou a pulsão escópica do homem de ver e ser visto. A prática de se colocar na mídia para sustentar o voyeurismo e o exibicionismo gera questionamentos de quem somos, visto que a nossa imagem está em toda parte (VIRILIO, 1998). Assim, a partir da articulação dos conceitos de voyeurismo midiático e subjetividades, o objetivo deste artigo é compreender como os modos de ser do indivíduo são produzidos por um novo dispositivo de controle. Por meio da análise fílmica proposta por Penafria (2009) e Casetti e Di Chio (1991), pretende-se visualizar na prática o efeito da mídia na formação de subjetividades a partir do filme *O Show de Truman* (1998). Como resultado, ao oferecer uma visão sobre a multiplicidade dos modos de ser configurados pela mídia, pode-se concluir que esta pesquisa é apenas um dos caminhos rumo a compreensão das consequências do voyeurismo midiático nos dias modernos.

**Palavras-chave:** Voyeurismo midiático; Subjetividade; O Show de Truman.

**Abstract:** The ubiquity of media spaces has stimulated the scopic drive of man to see and be seen. The practice of putting yourself in the media to support voyeurism and exhibitionism generates questions about who we are, since our image is everywhere (VIRILIO, 1998). Therefore, from the articulation of the concepts of mediated voyeurism and subjectivities, the objective of this paper is to understand how the individual's ways of being are produced by a new control device. Through the film analysis proposed by Penafria (2009) and Casetti e Di Chio (1991), the paper intends to visualize in practice the effect of media in the production of subjectivities from the movie *The Truman Show* (1998). As a result, by offering an insight about the multiplicity of ways of being configured by the media, it can be concluded that this research is just one of the paths towards understanding the consequences of mediated voyeurism in modern days.

**Key words:** Mediated voyeurism; Subjectivity; The Truman Show.

---

<sup>1</sup> Trabalho de conclusão de curso orientado pelo professor Hertz Wendel de Camargo.

<sup>2</sup> Graduanda em Publicidade e Propaganda na Universidade Federal do Paraná. E-mail: luisacff97@gmail.com.

## 1. Introdução

O ser humano é exibicionista e voyeurista por natureza. Desde o nascimento, temos a pulsão do prazer de exhibir e de olhar, que em casos extremos tornam-se obsessões de caráter sexual (FREUD, 1905/1929). O advento da fotografia e, posteriormente, do audiovisual e das redes sociais, potencializou a necessidade do homem de ver e de ser visto. Segundo a plataforma de *stream Netflix*<sup>3</sup>, o consumo de *reality shows* quase dobrou de 2019 para 2020 no cenário brasileiro. Além disso, o relatório<sup>4</sup> divulgado pela *We Are Social* e *Hootsuite* revelou que, em janeiro de 2020, 66% da população brasileira estava presente em redes sociais.

Nesse contexto, discussões começaram a surgir sobre as consequências que esses comportamentos geram, como os livros *O Show do Eu: a intimidade como espetáculo* (SIBILIA, 2008) e *Sorria, você está sendo controlado* (MANSANO, 2009) que abordam, respectivamente, sobre o interesse da sociedade pela privacidade de famosos e pessoas comuns e como os novos dispositivos de controle foram legitimados pela população.

A oportunidade em aliar a Psicologia e a área da Comunicação, assim como foi feito por Sibilía (2008) e Mansano (2009), despertou meu interesse em trazer mais luz sobre o assunto do voyeurismo midiático no campo da comunicação, visto que o surgimento do termo é relativamente novo e de interesse científico crescente. Portanto, a discussão que cabe a este artigo trata-se do voyeurismo midiático, “prática na qual o indivíduo sente prazer em observar a vida alheia” (ROCHA, 2009, p. 3) como condutor na formação de novas subjetividades, modos de ser e estar no mundo formados a partir de fatores internos e externos (SIBILIA, 2008). Ou seja, ao se colocar na mídia para nutrir tanto o exibicionismo – inerente ao “eu” – quanto o voyeurismo midiático – inerente ao “outro” – surge o questionamento: “Se minha imagem está em toda parte, onde mesmo estaria este ‘eu’?” (VIRILIO, 1998 *apud* ROCHA; CASTRO, 2009, p. 54-55).

Em consequência disso, o filme *O Show de Truman* (1998), dirigido por Peter Weir, foi escolhido como o objeto para fundamentar a pesquisa. A obra cinematográfica ilustra o voyeurismo midiático ao fazer da vida do personagem Truman Burbank um *reality show* e, ao descobrir a verdade, é possível inferir que o personagem se encontra numa encruzilhada para saber ao certo quem é seu verdadeiro eu. Vale ressaltar que a premissa do “olho que tudo vê” foi introduzida na sociedade em 1949 por George Orwell. O escritor apresentou um futuro

<sup>3</sup> Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/tela-plana/reality-shows-e-filmes-tristes-sao-os-mais-vistos-na-netflix-em-2020/>.

<sup>4</sup> Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-brazil>.

totalitário controlado por um “grande irmão” no livro *1984* que, posteriormente, foi adaptado para o cinema em 1984, com direção de Michael Redford.

O longa dirigido por Weir (1998) é uma das primeiras obras do cinema de massa a propor uma reflexão sobre o impacto do controle das pessoas pela mídia ao retratar a espetacularização da intimidade transmitida pelos *reality shows*<sup>5</sup>. Além disso, é importante apontar que a obra possui diversas camadas para análise, como manipulação e idealização. Por isso, vamos nos aprofundar em uma das categorias: visualização e reflexão sobre os efeitos do voyeurismo midiático na sociedade. Ou seja, a polissemia, que ajudou na sobrevivência do longa, e sua reprodução audiovisual sobre a necessidade de ver e ser visto do homem justificam a escolha do filme.

Assim, o objetivo geral, é compreender as bases do voyeurismo midiático e seus mecanismos de formação de subjetividades a partir do filme *O show de Truman* (1998). Os objetivos específicos são (i) delimitar a diferença entre o voyeurismo tradicional e voyeurismo midiático, (ii) relacionar o voyeurismo midiático com criação de subjetividades a partir das intenções observadas no filme e (iii) refletir sobre o papel da mídia e a exibição da intimidade como forma de controle. Para tanto, como metodologia, utilizaremos a análise fílmica embasadas por Penafria (2009) e Casetti e Di Chio (1991).

## 2. Fundamentação teórica

### 2.1. Do voyeurismo sexual ao voyeurismo midiático

Já dizia o ditado, “os olhos são a janela da alma”, mas muitos esquecem que eles também são a porta para o prazer. Seja um prazer de observar a vida alheia no sentido sexual ou tecnológico, como no voyeurismo e no voyeurismo midiático, respectivamente.

Segundo Freud (1905/1969), a impressão visual é a forma mais frequente que a excitação libidinosa é despertada. Na escopofilia – prazer de ver – o olho torna-se uma zona erógena e transforma-se em perversão “(a) quando se restringe exclusivamente à genitália, (b) quando se liga à superação do asco (o *voyeur* – espectador das funções excretórias), ou (c) quando suplanta o alvo sexual normal, em vez de ser preparatório a ele.” (FREUD, 1905/1969, s/p). Nessa forma de parafilia<sup>6</sup> “o privilégio de observar sem ser observado comporta a sensação

<sup>5</sup> O *An American Family* (1973), lançado nos Estados Unidos, é considerado o primeiro *reality show* do mundo. No Brasil, o *No Limite* (2000) deu início a esse tipo de programa.

<sup>6</sup> “As parafilias são caracterizadas por anseios, fantasias ou comportamentos sexuais recorrentes e intensos que envolvem objetos, atividades ou situações incomuns e causam sofrimento clinicamente significativo ou prejuízo no funcionamento social ou ocupacional ou em outras áreas importantes da vida do indivíduo.” (DSM-IV, 1996, s/p).

de tomar posse do observado, afirmar-se sobre ele sem a ameaça da rejeição e torná-lo cativo.” (CARNEIRO *et al*, 2005, p. 4-5), visto que o voyeurismo é definido como

o ato de observar indivíduos, geralmente estranhos, sem suspeitar que estão sendo observados, que estão nus, a se despirem ou em atividade sexual. O ato de observar (“espionar”) serve à finalidade de obter excitação sexual, e geralmente não é tentada qualquer atividade sexual com a pessoa observada [...] Frequentemente (sic), esses indivíduos fantasiam uma experiência sexual com a pessoa observada, mas isto raramente ocorre na realidade. (DSM-IV, 1996, p. 547 *apud* CARNEIRO *et al*, 2005, p. 5).

Para a psicanálise freudiana, essa perversão é uma forma de desvio no qual “Todas as condições externas e internas que dificultam ou adiam a consecução do alvo sexual normal (impotência, preço elevado do objeto sexual, riscos do ato sexual)” geram “novos alvos sexuais, que podem tomar o lugar dos normais.” (FREUD, 1905/1969, s/p).

Outra contribuição da psicanálise sobre o campo do olhar, é a ideia lacaniana de que “há uma preexistência do olhar no espetáculo do mundo. Nesse mundo que vejo sou, antes de tudo, visto. O olhar não está no nível dos olhos.” (KIERNIEW; WEINMANN, 2016, p. 229). Ou seja, para Lacan a pulsão escópica se estabelece a partir de um olhar Outro, “um olhar inapreensível, invisível, que incide sobre o sujeito” (KIERNIEW; WEINMANN, 2016, p. 228) que está além da esfera orgânica.

No caso do voyeurismo midiático, existe uma aproximação da pulsão escópica lacaniana e uma distância do caráter sexual freudiano, dado que o que os indivíduos “querem profundamente é o espetáculo da banalidade, que é hoje a verdade pornografia, a verdadeira obscenidade – a da nulidade, da insignificância e da platitude.” (BAUDRILLARD, 2004, p. 21). É por causa dessa curiosidade de ver a vida alheia, através de meios midiáticos, que estamos imergindo em uma nova realidade e cultura.

Voyeurismo midiático se refere ao *consumo de revelar imagens e informações sobre vidas de outras pessoas aparentemente reais e desprotegidas, muitas vezes, mas nem sempre, para fins de entretenimento, mas frequentemente à custa da privacidade e do discurso, por meio dos meios de comunicação de massa e da Internet.* (CALVERT, 2004, p. 2-3, tradução nossa)<sup>7</sup>.

Conforme Baudrillard, fomos telemorfados para fazer parte dessa nova realidade integral, em que “a tela não é mais a televisão” e os aparelhos eletrônicos, “é a própria

<sup>7</sup> “Mediated voyeurism refers to the consumption of revealing images of and information about others’ apparently real and unguarded lives, often yet not always for purposes of entertainment but frequently at the expense of privacy and discourse, through the means of the mass media and Internet.” (CALVERT, 2004, p. 2-3).

realidade.” (BAUDRILLARD, 2004, p. 62). É nesse contexto que o voyeurismo midiático ganha cada vez mais força e está presente mais do que nunca em nossas vidas cotidianas. É através da janela indiscreta, do olhar pelo buraco da fechadura que seduz o público a bisbilhotar a vida alheia que ele é construído (ROCHA, 2009). O voyeurismo “que procura manter a atenção do público neste ou naquele texto de cultura, tendo em vista a variedade absurda de opções e estímulos para mudar de canal, abandonar um texto e mergulhar em outros.” (ROCHA, 2009, p. 5-6).

Muito da nossa realidade social hoje - muito do significado de nossas vidas que vivenciamos - é gerada por meio de conteúdo mediado de massa, como programas de televisão e filmes, ao invés da experiência direta e em primeira mão com pessoas, lugares e práticas. Muito desse conteúdo mediado, por sua vez, é cada vez mais de natureza voyeurística. As mensagens e imagens voyeurísticas da mídia que vemos e absorvemos tendem a criar, manter e transformar nossa realidade social - nossa cultura. A mídia constrói uma realidade social para nós, cultivando nossas imagens e crenças sobre o mundo real e a realidade. (CALVERT, 2004, p. 22-23, tradução nossa)<sup>8</sup>.

É importante ressaltar que toda pulsão ativa é acompanhada da sua contrapartida passiva (FREUD, 1905/1969). Neste caso, surge o par voyeurismo-exibicionismo e o seu extremo vigilância-narcisismo. No polo exibicionismo, “o sujeito sabe que está sendo observado, mas não quantos ou quem o observa” e, mesmo assim, “exibe sua privacidade abertamente, privando-se de sua intimidade.” (CARNEIRO *et al* 2005, p. 9). Na vigilância, o indivíduo “sai da condição de obediente e dócil para assumir a condição de ‘participante ativo e responsável’ em uma rede ampla e complexa de controle.” (MANSANO, 2009, p. 46). No narcisismo, o indivíduo que está à procura de “um objeto de amor, primeiramente toma a si mesmo, a seu próprio corpo, como objeto de amor, antes de passar à escolha de uma outra pessoa como objeto.” (FREUD, 1911/2015, p. 52). Envolto nesses laços, o sujeito “vê-se incapacitado de encontrar a essência das coisas e de si, [e] investe em práticas falsamente revitalizadoras” (CARNEIRO *et al*, 2005, p. 10) difundidas por diversos espaços.

Dessa forma, além da nossa curiosidade inata, existem outras forças que propagam esses pares. Segundo Calvert (2004), elas incluem fatores sociais, econômicos, políticos, tecnológicos e legais. Para este trabalho, vamos nos atentar a cultura da imagem e o consumo

---

<sup>8</sup> “Much of our social reality today – much of the meaning in our lives that we experience – is generated through mass-mediated content, such as television shows and motion pictures, rather than by direct, firsthand experience with people, places, and practices. Much of that mediated content, in turn, increasingly is voyeuristic in nature. The voyeuristic media messages and images that we view and absorb tend to create, maintain, and transform our social reality – our culture. The media construct a social reality for us, cultivating our images of and beliefs about the real world and reality.” (CALVERT, 2004, p. 22-23).



desenfreado de tecnologias, tendo como espaços principais as campanhas publicitárias, o cinema, a televisão e as redes sociais.

A cultura da imagem é o mundo em que a imagem veio substituir o real (BAUDRILLARD, 2004). Com base na produção em massa de imagens que fluem na mente moderna, nossa vontade por entretenimento visual nos faz recorrer ao voyeurismo, visto que surge a necessidade “do outro para a obtenção de prazer, desde que o outro não tenha conhecimento disso.” (CARNEIRO *et al*, 2005, p. 8).

Essa grande produção de imagens, signos e enunciados “são [então] extraídos da vida cotidiana dos consumidores e remetidos de volta a eles na forma de peças publicitárias” (MANSANO, 2009, p. 73). De forma totalmente idealizada, as mercadorias e formas de vidas, comercializadas pela publicidade, viram fruto de desejo para os consumidores por causa do sentimento de pertencimento “aos mundos criados ou ‘glamorizados’ pelo marketing e, segundo essa óptica, abrir caminhos para sair da situação de exclusão e, sobretudo, para sair do anonimato.” (MANSANO, 2009, p. 83).

Além disso, as imagens são orquestras que transportam o espectador a um lugar de prazer e “o que permite estar em todos os espaços, sem preencher lugar algum.” (XAVIER, 1988, *apud* KIERNIEW; WEINMANN, 2016, p. 230). Recurso eminentemente utilizado pelo cinema e a televisão, nos quais as telas viram um grande espelho em que “a assimilação por parte do espectador do ponto de vista da câmera estimula processos profundos de identificação narcísica” (KIERNIEW; WEINMANN, 2016, p. 229). Sendo, principalmente a televisão, considerado um espaço de fabricação de narcisos, onde é possível que todas as pessoas - comuns, artistas, intelectuais - apenas apareçam para se tornarem conhecidos (CARNEIRO *et al*, 2005).

No ambiente digital, os computadores se tornaram grandes laboratórios onde é possível experimentar novas subjetividades, dando abertura para a relação social entre pessoas ser estabelecido por uma cultura de exposição e observação de pequenos e grandes espetáculos (SIBILIA, 2008). Em específico, as redes sociais estão se tornando templos exibicionistas em que seus usuários se esforçam para realizar uma autopromoção que gere cada vez mais engajamento para si (PRIMO, 2009).

Dessa forma, o consumo desenfreado de tecnologias nos faz interagir menos com os outros e, consequentemente, experienciamos menos o mundo real (CALVERT, 2004). Assim como torna a sociedade cada vez mais espetacularizada e gera uma necessidade de olhar e de ser olhado difundida pelas comunicações de massa.



## 2.2. *Voyeurismo midiático como forma de poder*

Além de matéria orgânica, janelas da alma e portas do prazer, os olhos também são uma forma de poder e controle. O olhar é o ponto de inspiração para produtos vigilantes que, direta ou indiretamente, nos controlam ou nos fazem controlar uns aos outros. Para entender os novos dispositivos de controle da nossa sociedade é preciso fazer um levantamento dos dispositivos disciplinares dos séculos XIX e XX. Segundo Foucault (1975/1999), o Panóptico de Bentham é a principal referência arquitetônica do princípio de controlar e corrigir os anormais realizado pelo poder disciplinar:

na periferia uma construção em anel; no centro, uma torre; esta é vazada de largas janelas que se abrem sobre a face interna do anel; a construção periférica é dividida em celas, cada uma atravessando toda a espessura da construção; elas têm duas janelas, uma para o interior, correspondendo às janelas da torre; outra, que dá para o exterior, permite que a luz atravessasse a cela de lado a lado. Basta então colocar um vigia na torre central, e em cada cela trancar um louco, um doente, um condenado, um operário ou um escolar. Pelo efeito da contraluz, pode-se perceber da torre, recortando-se exatamente sobre a claridade, as pequenas silhuetas cativas nas celas da periferia. Tantas jaulas, tantos pequenos teatros, em que cada ator está sozinho, perfeitamente individualizado e constantemente visível. O dispositivo panóptico organiza unidades espaciais que permitem ver sem parar e reconhecer imediatamente. [...] A visibilidade é uma armadilha. (FOUCAULT, 1975/1999, s/p).

A obediência do sujeito, na sociedade disciplinar, se tornou efetiva devido à “dinâmica na qual o indivíduo se reconhecesse como alguém que estava sendo permanentemente vigiado por uma rede hierárquica extensa e composta por pessoas especializadas no olhar.” (MANSANO, 2009, p. 41). O indivíduo tinha consciência de que se contrariasse as leis seria punido e, por isso, o processo de individualização e “de busca constante pela posse de uma identidade que possibilitasse fixar cada indivíduo em uma instituição e em um papel social bem definido” (MANSANO, 2009, p. 42) foi o modo de subjetivação chave para as instituições disciplinares.

Porém, a partir das mudanças do capitalismo, o sistema disciplinar entrou em crise. Com a introdução de uma maior competitividade no trabalho, aumento no consumo e maior circulação de pessoas, informações e produtos, os papéis sociais fixados não dariam conta de atender as necessidades desse novo cenário competitivo (MANSANO, 2009). Dessa forma, novas redes de controle foram articuladas com o grande diferencial que, sem a mediação das instituições disciplinares,

qualquer indivíduo pode tornar-se participante ativo em sua construção ou execução, não precisando ser portador de conhecimento específico e legitimado ou fazer parte da hierarquia vigilante como componente oficial. [...] Com essa disseminação do controle, realizada por meio de instrumentos tecnológicos ou pela vigilância efetuada sobre o cotidiano mais íntimo da população pelos próprios indivíduos, os muros institucionais deixam de ser a condição única e indispensável para manter a suposta ordem social - como já foi anunciado por Foucault. (MANSANO, 2009, p. 46-47)

Essas novas redes de controle são divididas em três grandes grupos por Mansano (2009): vigilância disseminada, controle-estimulação e controle de riscos. Para este trabalho cabe apenas as discussões a partir do primeiro grupo, no qual é possível fazer uma análise do voyeurismo midiático como forma de controle.

A concepção da vigilância disseminada surge com base na organização da sociedade em redes múltiplas e diversificadas, em que se torna capaz “acionar um contingente maior de indivíduos para realizar” uma tarefa (MANSANO, 2009, p. 51). Por causa dessa ampla disseminação, de maneira cada vez mais microsocial, há um envolvimento efetivo do indivíduo comum que está em qualquer lugar e pode atuar a qualquer momento. Surge, assim, uma configuração panóptica e tecnológica na qual

encontramo-nos cercados por múltiplos “olhos”, por vezes anônimos, que emergem ao acaso, ou por equipamentos sofisticados, com seus amplos circuitos em rede disponibilizados para facilitar o controle sobre a passagem e a ação daqueles que estão presentes nos mais diferentes espaços [...] por onde quer que andemos estão presentes os dispositivos de vigilância. (MANSANO, 2009, p. 51-52)

Por estarem se tornando corriqueiros, esses dispositivos de vigilância vêm “ganhando um contorno de naturalidade que faz que as pessoas se tornem quase indiferentes à sua presença” (MANSANO, 2009, p. 55). Isso faz com que a dicotomia vida pública/privada perca forças e disponha de um espaço para a superexposição da vida íntima. Pessoas desconhecidas podem observar o dia a dia alheio e dar sua opinião através da internet, como o caso de comentar nas redes sociais o que está acontecendo nos *reality shows*, tornando a vigilância uma forma de “divertimento” (BENTES, 2003 *apud* MANSANO, 2009, p. 62).

Além da naturalização, as novas formas de controle se transformaram importantes vetores na produção de subjetividades. Construída a partir de uma cartografia cultural, em que as dúvidas, certezas e pluralidades das experiências socioculturais lhe servem como um guia (ROLNIK, 1997; MACHADO, 2013), a subjetividade são os modos de ser e de estar no mundo

“os quais envolvem pensamentos e emoções mais pessoais sobre ‘quem nós somos’” (WOODWARD, 2000, p. 55 *apud* MACHADO, 2013, p. 21).

Ou seja, justamente por proporcionarem mecanismos de visibilidade, que modificam as formas de ver e ser visto, os dispositivos de vigilância geram “diferentes repercussões sobre a subjetividade tanto nos circuitos de controle e segurança quanto nos circuitos de prazer e entretenimento” (BRUNO, 2013, p. 53 *apud* LOPES; PORTELA, 2018, p. 4).

Dessa forma, o voyeurismo midiático além de se tornar uma forma de controle, traz também consigo a oportunidade e o poder de se envolver e influenciar na formação de subjetividades, tornando assim “o ‘olhar alheio’ a mais importante ferramenta da constituição do indivíduo.” (LOPES; PORTELA, 2018, p. 6).

### 3. Metodologia

A fim de visualizar na prática os efeitos do voyeurismo midiático, foi escolhido analisar o filme *O Show de Truman* (1998), o qual propõe uma reflexão sobre a observação exacerbada de um indivíduo sem ele ter conhecimento. Não existe uma análise fílmica única e universal, sendo possível misturar elementos de diversos modelos para investigar uma obra cinematográfica (Casetti; Di Chio, 1991). Dessa forma, usaremos a análise com base em Penafria (2009) e Casetti e Di Chio (1991) para a metodologia desta pesquisa.

Segundo Penafria (2009), há quatro formas de se analisar um filme: análise textual, análise de conteúdo, análise poética e análise de imagem e som. Neste caso, será utilizada a análise de conteúdo que

[...] considera o filme como um relato e tem apenas em conta o tema do filme. A aplicação deste tipo de análise implica, em primeiro lugar, identificar-se o tema do filme [...] Em seguida, faz-se um resumo da história e a decomposição do filme tendo em conta o que o filme diz a respeito do tema. (PENAFRIA, 2009, p. 6)

Na decomposição do filme, vamos nos atentar principalmente à narrativa, sendo as subcategorias estudadas os personagens como persona - no qual se converte o personagem em algo real e o assume “como indivíduo dotado de um perfil intelectual, emocional e atitudinal, bem como de sua própria gama de comportamentos, reações; gestos, etc.” (Casetti; Di Chio, 1991, p. 178, tradução nossa)<sup>9</sup> - e as ações como comportamento - que

---

<sup>9</sup> “como un individuo dotado de un perfil intelectual, emotivo y actitudinal, así como de una gama propia de comportamientos, reacciones; gestos, etc.” (Casetti; Di Chio, 1991, p. 178).

[...] vamos considerá-la essencialmente como uma atuação atribuível a uma fonte concreta e precisa, e inserível em circunstâncias determinadas: o comportamento é, de fato, principalmente, a manifestação da atividade de "alguém", sua resposta explícita a uma situação ou a um estímulo. (Casetti; Di Chio, 1991, p. 189, tradução nossa)<sup>10</sup>

Além disso, é importante ressaltar a dificuldade em analisar um filme como um todo. Por isso, separamos cenas chave que “conservam um caráter autônomo e distinto” (Casetti; Di Chio, 1991, p. 39, tradução nossa)<sup>11</sup> e mostram como o voyeurismo midiático, enquanto dispositivo de vigilância disseminada, se manifesta nas criações de subjetividades do personagem principal, Truman Burbank, e do personagem secundário, os telespectadores.

#### 4. Análise do filme *O Show de Truman* (1998)

*O Show de Truman* (1998), lançado em 1998 e dirigido por Peter Weir, acompanha a história de Truman Burbank que nasceu e cresceu frente às câmeras de um *reality show*. Sua vida é monitorada 24 horas por dia com audiência de bilhões de telespectadores e, enquanto todos ao seu redor sabem desse fato, ele não suspeita que está vivendo nessa realidade simulada. No filme, Seahaven é a cidade-estúdio em que o personagem vive, sendo “desse estúdio que emana a narrativa vista pelos telespectadores do programa e por nós, os espectadores do filme.” (COUTINHO, 2001, p. 98). Um dia, porém, algumas situações fazem com que Truman suspeite e questione o que acontece ao seu redor, embarcando numa busca para descobrir a verdade sobre sua vida.

A cena entre 64’03’’ e 64’34’’ começa com o diretor do show, Cristof, sendo entrevistado num especial de 30 anos do programa e diz que “Quando Truman cresceu, fomos forçados a criar maneiras de mantê-lo na ilha”. Mostra-se, então, duas lembranças de Truman pré-adolescente: a primeira, na escola falando que gostaria de ser um grande explorador como Magalhães e a sua professora lhe respondendo que chegara tarde demais, pois não havia mais nada a explorar; a segunda, Truman está tentando atravessar uma ponte (dando a entender que seria o lado da saída da cidade-estúdio), mas é impedido por um cachorro latindo – momento que surge o medo de Truman por cachorros, exibido ao longo do filme. Por fim, para conseguir se assegurar que o personagem não iria sair da ilha, Cristof cria o afogamento de Kirk, pai de

<sup>10</sup> “la consideraremos esencialmente como una actuación atribuible a una fuente concreta y precisa, e inscribible en circunstancias determinadas: el comportamiento es, de hecho, principalmente, la manifestación de la actividad de «alguien», su respuesta explícita a una situación o a un estímulo.” (Casetti; Di Chio, 1991, p. 189).

<sup>11</sup> “conservan un carácter autónomo y distintivo” (Casetti; Di Chio, 1991, p. 39).

Truman. O entrevistador, Mike, fecha a discussão dizendo que isso foi muito eficiente, “Truman, desde então, tem pavor de água”.

FIGURA 1 - PRIMEIRA SEQUÊNCIA ANALISADA



Se o desenvolvimento psicológico é influenciado pelo contexto familiar, educacional e midiático (Savoia, 1989), até que ponto uma característica é totalmente minha?

FONTE: Frame do filme *O Show de Truman* (1998)

Ao criar situações que assegurem a permanência de Truman na ilha e, conseqüentemente, da sobrevivência do programa, Cristof se coloca no papel de criador de subjetividades. Aqui, fica evidente o quanto a nossa subjetividade - nossos medos, obsessões e desejos - é

resultante não só da personalidade do sujeito, mas resultante também de certos jogos de forças e aspectos estruturantes que marcam o subjetivo. Assim, ela é múltipla e o que contribui para a sua produção não é fixo, nem hierárquico, mas constituído por diferentes moldes advindos de instituições como família, escola, trabalho e etc. (LOPES; PORTELA, 2018, p. 3)

Nesse jogo de forças, os tentáculos das cinco mil câmeras que espionam o personagem principal tornam-se precursores de um “ciclo vicioso que lhe fora imposto ao nascer”, evitando com que Truman descubra “em si mesmo camadas mais profundas de personalidade” (BICHARA; SILVA, 2016, p. 90). Pode-se dizer, então, que o sucesso do controle de Cristof sobre o astro do seu programa é resultado da combinação entre o Panóptico de Bentham – no filme, o estúdio-cidade - e da vigilância disseminada – as câmeras e a equipe de profissionais.

Enquanto Truman se encontra preso à um local fechado, sem ter para onde sair, as centenas de olhos dos moradores figurantes de Seahaven conseguem tomar conta dos seus movimentos. Ao mínimo sinal de uma situação inesperada, que poderia acabar com o *reality*

*show*, tanto Cristof quanto a equipe estão a postos para evitar que Truman venha a descobrir sobre a realidade simulada.

Dessa forma, os dispositivos tecnológicos geram a disciplina e o espetáculo, duas implicações fundamentais na produção de subjetividades. BRUNO, 2013 *apud* LOPES; PORTELA, 2018, p. 4). Isso significa que as barreiras entre o ficcional e o real se enfraquecem e provocam novas configurações na sociedade que “podem ser apropriadas subjetivamente e, com isso, passam a compor modos singulares de viver e se relacionar com o mundo.” (MANSANO, 2009, p. 119).

Ao levar ao extremo a conjunção entre realismo e imaginação (COUTINHO, 2001), Cristof transforma Truman em um conjunto de subjetividades “globalizadas flexíveis, que mudam ao sabor dos movimentos do mercado e com igual velocidade” (ROLNIK, 1997, p. 21 *apud* SIBILIA, 2015, p. 362). Ao mesmo tempo, essa tecitura dos modos de ser é levada às telas de televisão do mundo todo, nas quais as “sociedades tecem uma rede de representações coletivas a partir de ideias, imagens, cenários compondo um esquema que servirá de referência para sua mundividência.” (COUTINHO, 2001, p. 123). Assim, além do personagem principal, é importante analisar o público que acompanha o *reality show* como uma psique coletiva.

FIGURA 2 – SEGUNDO PERSONAGEM ANALISADO



“Trata-se de voyeurismo pornô? Não. Sexo existe por toda parte, mas não é isto o que as pessoas querem. O que elas querem profundamente é o espetáculo da banalidade” (BAUDRILLARD, 1929/2004, p. 21)

FONTE: Frame do filme *O Show de Truman* (1998)

Segundo Morin (1970), os fenômenos psicológicos subjetivos são comandados pelo complexo projeção-identificação, no qual o indivíduo projeta suas necessidades, medos, anseios e afins nos outros e incorpora o mundo no seu eu. Tanto o cinema quanto a televisão são “máquina[s] de projeção-identificação” (MORIN, 1970, p. 125), onde o telespectador, rodeado de elementos voyeurista-exibicionista e vigilante-narcisista, se torna incapacitado de definir

quem ele é sem projetar e identificar no outro aquilo que ele “desconhece ou recusa a si mesmo” (COUTINHO, 2001, p. 115). Ou seja, assim como os outros ditam o meu eu, eu também me dito a partir dos outros.

Nessa busca pelo eu, através da cultura da imagem e do consumo desenfreado de tecnologias, é notório como o voyeurismo midiático também tem o objetivo de “manter a ilusão do prazer e da felicidade acessíveis” (NETO, 1997, p. 109 *apud* MANSANO, 2009, p. 93). Dessa forma, a espetacularização do cotidiano seduz as audiências e as leva a se identificar com as representações sociais e ideológicas presentes nos produtos da mídia (ROCHA; CASTRO, 2009).

As produções de sentido acerca da visibilidade do cotidiano e da intimidade do sujeito comum são, ao mesmo tempo, suporte e instrumento, para a construção dos produtos midiático-televisivos e para a constituição da subjetividade contemporânea, isto é, dos modos de ser e estar no mundo no primeiro quartel do século XXI. (MACHADO, 2013, p. 54)

Além disso, o bombardeio diário do *reality show* nos telespectadores do filme “incide não apenas sobre o tempo presente, mas também sobre um tempo que ainda está por vir.” (MANSANO, 2009, p. 93). Essa necessidade de voltar o olhar para a próxima cena abre espaço para a tela virar um grande espelho, onde “operam-se verdadeiras transferências entre a alma do espectador e o espetáculo do écran.” (MORIN, 1970, p. 117).

É assim, nessas condições – os jogos de força para garantir que Truman não saia da ilha-estúdio e o complexo projeção-identificação utilizado pelas mídias – que o voyeurismo midiático, seja com o papel do diretor Cristof quanto das televisões, incita o sujeito a assumir, ao mesmo tempo, diferentes modos de ser na sociedade. Em outras palavras, o processo da subjetivação “Trata-se de uma atividade constituinte de si que, a cada momento, compõe diferentemente, dando movimento à produção dos diferentes modos de viver, que podem tanto se alternar quanto coexistir.” (MANSANO, 2009, p. 128) e que são mais ou menos interferidos pelos dispositivos de vigilância disseminada.

## 5. Considerações finais

A breve pesquisa realizada neste artigo é apenas um dos pontos de partida para investigar as consequências do voyeurismo midiático nos dias modernos. Sua implicação pode ser resumida como um fluxo voyeurismo-exibicionismo-vigilância-controle que se retroalimenta. Nossa natureza de observar o outro é intensificada com os meios de comunicação



que, além de criar meu modo de ser na sociedade, permite que nós mesmos façamos o papel de vigilante e controlador da vida alheia.

Durante a análise do *O Show de Truman*, ficou visível que nessa era em que espetáculo e vigilância andam juntos, o personagem de Truman serve como uma representação do nosso eu de hoje em dia. É olhando e sendo visto, através dos espaços midiáticos, que viramos um “indivíduo cuidadosamente fabricado” (FOUCAULT, 1975/1999, s/p). O voyeurismo midiático influencia na mundividência da sociedade, “orienta comportamentos e condutas, estabelece e hierarquiza valores e objetivos e, sobretudo, dá estrutura a uma narrativa por meio da qual transitam as condições reais de existência e os seus mitos fundadores” (COUTINHO, 2001, p. 123). Ou seja, usufruindo do seu poder como controle de vigilância e meio de espetacularizar representações sociais e ideológicas, o voyeurismo tece uma grande rede de subjetividades.

Dessa forma, é possível concluir que o novo dispositivo de controle – o voyeurismo midiático – e seus vértices – exibicionismo, vigilância e narcisismo – são peças de um quebra-cabeça muito mais complexo que relaciona diversas áreas do conhecimento. Além disso, ao sermos impactados pelas campanhas publicitárias, pelo cinema, pela televisão e pelas redes sociais, nossas subjetividades mudam e se adaptam, constantemente, com as novas formas de ser e de ser visto ditados pela mídia.

Por fim, deixamos uma reflexão que acompanhou toda a pesquisa e a escrita do artigo. Quem somos nós? Conforme Mansano (2009, p. 128) “perguntar pelo ‘eu’ leva a uma multiplicidade de combinações que não admite uma resposta definitiva”, e provavelmente sejamos apenas isto: uma fluidez em forma humana.

## REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO AMERICANA DE PSIQUIATRIA. **Manual de Diagnóstico e Estatística dos Transtornos Mentais**. IV. ed. [S. l.: s.n.], 1994. Disponível em: [https://www.psiquiatriageral.com.br/dsm4/sub\\_index.htm](https://www.psiquiatriageral.com.br/dsm4/sub_index.htm). Acesso em: 13 ago. 2020.

BAUDRILLARD, Jean. **Telemorfose**. Tradução: Muniz Sodré. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1929/2004.

BICHARA, Marcelo; SILVA, Nilton Sousa da. **Sorria, você está sendo filmado: subjetividade e câmera na pesquisa psicológica**. Psicologia Revista, São Paulo, v. 25, ed. 1, p. 77-99, 2016. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/psicorevista/article/view/29612/20617>. Acesso em: 19 set. 2020.

CALVERT, Clay. **Voyeur Nation: Média, privacy, and peering in modern culture**. Boulder: Westview Press, 2004. Disponível em: <https://archive.org/details/voyournation00clay/page/n5/mode/2up?q=marketing>. Acesso em: 13 ago. 2020.

CARNEIRO, Nancy Greca de Oliveira *et al.* **Reality Shows e voyeurismo: um estudo sobre os vícios da pós-modernidade**. Rev. latinoam. psicopatol. fundam., São Paulo, v. VIII, n. 1, p. 1-13, mar 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rlpf/v8n1/1415-4714-rlpf-8-1-0001.pdf>. Acesso em: 7 set. 2020.

CASSETTI, Francesco; Di CHIO, Federico. **Cómo analizar un film**. Barcelona: Paidós, 2013.

COUTINHO, Laura Maria. Estúdio 4. In: COUTINHO, Laura Maria. **O estúdio de televisão e a educação da memória**. Orientador: Milton José de Almeida. 2001. Tese (Doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2001. f. 180.

CRUZ, Felipe Branco. **Reality shows e filmes tristes são os mais vistos na Netflix em 2020**. Veja, [S. l.], p. s/p, 10 dez. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/tela-plana/reality-shows-e-filmes-tristes-sao-os-mais-vistos-na-netflix-em-2020/>. Acesso em: 8 fev. 2021.

FOUCAULT, Michel. O Panoptismo. In: FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir: Nascimento da prisão**. 20. ed. Petrópolis: Vozes, 1999. cap. III, p. s/p. Disponível em: [https://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/centrocultural/foucault\\_vigiar\\_punir.pdf](https://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/centrocultural/foucault_vigiar_punir.pdf). Acesso em: 23 set. 2020.

FREUD, Sigmund. Três Ensaios sobre a Teoria da Sexualidade. In: **Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago, 1969. v. VII, p. s/p. (Trabalho original publicado em 1905). Disponível em: <http://conexoesclinicas.com.br/wp-content/uploads/2015/01/freud-sigmund-obras-completas-imago-vol-07-1901-1905.pdf>. Acesso em: 13 ago. 2020.

KIERNIEW, Janniny G.; WEINMANN, Amadeu de O. **O voyeurismo no cinema: uma análise de Janela indiscreta**. Jornal de Psicanálise, São Paulo, v. 49, n. 91, p. 227-239, 2016. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/jp/v49n91/v49n91a20.pdf>. Acesso em: 7 set. 2020.

LOPES, João Diego Barbosa; PORTELA, Cristiane. **Midiatização, Subjetividade e Exposição do Eu: Gabriela Pugliesi no Instagram**. XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Juazeiro: Intercom, 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2018/resumos/R62-0566-1.pdf>. Acesso em: 19 set. 2020.

MACHADO, Fabíola Orlando Calazans. **“Seja ótima, seja feliz”: discurso, representação e subjetividade feminina no canal GNT**. 2013. 237 f. il. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

MANSANO, Sonia. **Sorria você está sendo controlado: Resistência e poder na sociedade de controle**. 1. ed. São Paulo: Summus, 2009.

MORIN, Edgar. A ALMA DO CINEMA. In. MORIN, Edgar. **O cinema ou o homem imaginário**. Lisboa: Moraes Editores, 1970. cap IV, p. 105-139.

O SHOW de Truman. Direção: Peter Weir. Seaside, FL: Paramount Pictures, 1998. 1 DVD (103 min), color.

PENAFRIA, Manuela. **Análise de Filmes - conceitos e metodologia(s)**. VI Congresso SOPCOM, Lisboa, p. 1-10, abril 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>. Acesso em: 9 out. 2020.

ROCHA, Debora Cristina. **Reality TV e reality show: ficção e realidade na televisão**. E-Compós, v. 12, n. 3, p. 1-16, 11 fev. 2010. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/387/380>. Acesso em: 13 ago. 2020.

ROCHA, Rose de Melo; CASTRO, Gisela G. S. **Cultura da mídia, Cultura do Consumo: Imagem e espetáculo no discurso pós-moderno**. LOGOS, Rio de Janeiro, n. 30, p. 48-59, 1. sem. 2009. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/361>. Acesso em: 13 ago. 2020.

ROLNIK, Suely. **Uma insólita viagem à subjetividade: fronteiras com a ética e a cultura**. Núcleo de Estudos da Subjetividade, São Paulo, p. 1-11, 1997. Disponível em: <https://www.pucsp.br/nucleodesubjetividade/Textos/SUELY/viagemsubjetic.pdf>. Acesso em: 19 set. 2020.

SAVOIA, Mariângela Gentil. **Psicologia social**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

\_\_\_\_\_. **Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível**. Revista Fronteiras - estudos midiáticos, [s. l.], v. 17, ed. 3, p. 353-364, set/dez 2015. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2015.173.09/4984>. Acesso em: 7 set. 2020.

PRIMO, Alex. **A busca por fama na web: reputação e narcisismo na grande mídia, em blogs e no twitter**. XXXII Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Curitiba: Intercom, 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/fama.pdf>. Acesso em 7 set. 2020.

WE ARE SOCIAL (Reino Unido); HOOTSUITE (Canadá). DIGITAL 2020: BRAZIL. In: WE ARE SOCIAL (Reino Unido); HOOTSUITE (Canadá). **DIGITAL 2020: GLOBAL DIGITAL OVERVIEW**. [S. l.], 17 fev. 2020. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-brazil>. Acesso em: 9 fev. 2021.